

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN KRANGGAN SERVICE CENTER (KSC CELLULAR) DI
MOJOKERTO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2019**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN KRANGGAN SERVICE CENTER (KSC CELLULAR) DI
MOJOKERTO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2019

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KRANGGAN SERVIS CENTER (KSC CELLULAR) DI MOJOKERTO

Oleh:

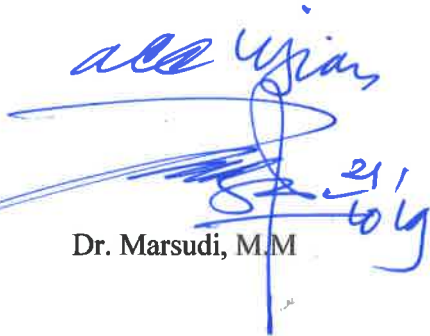
Dayu Fakhrizal Soliono

201410160311322

Malang, 17 Oktober 2019

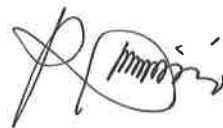
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Marsudi, M.M

Pembimbing II



Dra. Sandra Irawati, M.M.

SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KRANGGAN SERVICE CENTER (KSC CELLULAR) DI MOJOKERTO

Oleh :

Dayu Fakhrizal Soliono

201410160311322

Diterima dan disetujui
pada tanggal 26 Oktober 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Marsudi, M.M.

Dra. Sandra Irawati, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Dr. Izzah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KRANGGAN SERVICE CENTER (KSC CELLULAR) DI MOJOKERTO

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Dayu Fakhrizal Soliono**

NIM : **201410160311322**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 26 Oktober 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Dr. Eko Handayanto, M.M.**

Penguji II : **Drs. Noor Aziz, M.M.**

Penguji III : **Dra. Sandra Irawati, M.M.**

Penguji IV : **Dr. Marsudi, M.M.**

1.

2.

3.

4.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Dayu Fakhrizal Soliono**

NIM : 201410160311322

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Email : solionofakhrizaldayu@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas tercantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 24 Oktober 2019
Yang Membuat Pernyataan,



Dayu Fakhrizal Soliono

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya pada kita semua. Merupakan suatu anugerah yang tak ternilai bagi penulis bisa memperoleh ilmu dan berkesempatan menerapkannya dalam sebuah karya tulis ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan Pelanggan Kranggan Servis Center (KSC Cellular) di Mojokerto”**. Skripsi ini bukan semata-mata prasyarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang, akan tetapi juga merupakan sebuah tanggung jawab moral dan intelektual bagi setiap orang yang berkecimpung dalam ilmu pengetahuan.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan motivasi, serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Marsudi M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang dan selaku pembimbing I yang telah sabar menuntun dan memberi ilmu pengetahuan kepada saya.
4. Dra. Sandra Irawati, M.M. selaku dosen pembimbing II dan Kepala Pusat Pengembangan Manajemen yang pernah menjadikan saya partimer pula terimakasih telah sabar membimbing, mengarahkan, serta memberikan motivasi penyusunan skripsi maupun motivasi untuk berlanjut ke jenjang dunia bisnis.

5. Dra. Sri Nastiti M.M. selaku wali kelas saya selama kurang lebih 5 tahun ini yang dengan senang hati telah banyak membantu dalam hal konsultasi.
6. Terima kasih juga kepada karyawan KSC Cellular Mojokerto telah mengizinkan saya mengamati tempat terkait penelitian ini dari proses hingga tuntas.
7. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua saya ayah Soliono, ibu Yunik, emak Markati, Alm. mbah Irsyad, tante Erna, 3 adik kandung dan adik ponakan saya, yang tak pernah berhenti memberikan semangat dan bantuan baik moral maupun materil kepada saya selama kuliah hingga mendapat gelar sarjana.
8. Terimakasih pula adik Elva Ayu Wardani, band NTHREEP, dan ADELLA yang telah memberikan motivasi dan hiburan berupa canda tawa maupun alunan lagu.
9. Terimakasih untuk Ojun, Jopi, Buje, Edwin, Adit, Dawang, Haidar, Yudik, Tomas, Rosal yang telah menjadi partner bisnis dari awal perkuliahan hingga berakhirnya kuliah saya.
10. Terima kasih kepada orang-orang yang telah berjasa dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari akan adanya keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima semua kritik maupun saran yang berasal dari berbagai pihak. Akhirnya, semoga penyusunan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 23 Oktober 2019

Dayu Fakhrizal Soliono

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Penelitian Terdahulu	8
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Ritel.....	12
C. Bauran Pemasaran Ritel	17
1. <i>Merchandise</i>	20
2. Harga.....	21
3. Lokasi.....	23
4. Promosi	25
5. Presentasi	26
6. <i>Retail Service</i>	28
D. Kepuasan Pelanggan	29
E. Hubungan Variabel Bauran Pemasaran Ritel dan Kepuasan Pelanggan	34
F. Kerangka Pikir	35
G. Perumusan Hipotesis.....	38
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
A. Lokasi Penelitian.....	39

B. Jenis Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel.....	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	40
D. Variabel Penelitian.....	41
E. Definisi Operasional Variabel dan Indikator	41
F. Metode dan Prosedur Pengumpulan Data.....	43
1. Sumber Data.....	43
2. Prosedur Pengumpulan Data.....	43
G. Teknik Penskalaan Data.....	44
1. Skala Likert.....	44
H. Uji Instrumen	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	45
I. Teknik Analisis Data.....	46
1. Analisis Rentang Skala	46
2. Uji Asumsi Klasik.....	48
3. Analisis Regresi Linier Berganda	49
J. Uji Hipotesis	50
1. Uji t	50
2. Uji F.....	51
3. Variabel Paling Berpengaruh	52
BAB IV.....	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Obyek	53
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	53
2. Deskripsi Responden	54
3. Karakteristik Responden	54
B. Hasil Uji Validitas.....	56
C. Hasil Uji Reliabilitas.....	57
D. Hasil Analisis Data	58
1. Hasil Analisis Rentang Skala Variabel <i>Merchandise</i>	58
2. Hasil Analisis Rentang Skala Variabel Harga	61

3.	Hasil Analisis Rentang Skala Variabel Lokasi	62
4.	Hasil Analisis Rentang Skala Variabel Promosi.....	64
5.	Hasil Analisis Rentang Skala Variabel <i>Retail Service</i>	66
6.	Hasil Analisis Rentang Skala Variabel Presentasi	67
7.	Hasil Analisis Rentang Skala Variabel Kepuasan Pelanggan	70
H.	Hasil Uji Asumsi Klasik	72
1.	Uji Normalitas.....	72
2.	Hasil Uji Multikolonieritas	73
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.	Uji Autokorelasi.....	76
I.	Hasil Regresi Linier Berganda.....	76
J.	Hasil Uji t.....	78
K.	Hasil Variabel Paling Berpengaruh.....	82
L.	Pembahasan.....	83
BAB V	95
KESIMPULAN DAN SARAN	95
A.	Kesimpulan	95
B.	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	37



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.1 Perpaduan Antara 4P dan 4C dalam Bauran Pemasaran Ritel.....	18
Tabel 2.2 Situasi Pemicu Rasa Puas atau Tidak Puas.....	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	41
Tabel 3.2 Tabel Penilaian Jawaban.....	44
Tabel 3.3 Rentang Skala	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi atau Pekerjaan	56
Tabel 4.4 Tabulasi Hasil Validitas.....	57
Tabel 4.4 Tabulasi Hasil Reliabilitas	58
Tabel 4.5 Hasil Rentang Skala Variabel <i>Merchandise</i>	59
Tabel 4.6 Hasil Rentang Skala Variabel Harga	61
Tabel 4.7 Hasil Rentang Skala Variabel Lokasi	63
Tabel 4.8 Hasil Rentang Skala Variabel Promosi.....	64
Tabel 4.9 Hasil Rentang Skala Variabel <i>Retail Service</i>	66
Tabel 4.10 Hasil Rentang Skala Variabel Presentasi.....	68
Tabel 4.11 Hasil Rata-rata Skala Keseluruhan Bauran Pemasaran Ritel.....	69
Tabel 4.12 Hasil Rentang Skala Variabel Kepuasan Pelanggan.....	70
Tabel 4.13 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	73
Tabel 4.14 Uji Multikorelasi.....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedestisitas – Uji Glejser	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	76
Tabel 4.17 Regresi Linier Berganda	77
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	79
Tabel 4.19 Hasil Uji Variabel Paling Berpengaruh	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 : Hasil Skala Kuisisioner Penelitian

Lampiran 3 : Hasil Uji Instrumen

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data



DAFTAR PUSTAKA

- Alma. Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Databoks.Katadata.<https://databoks.katadata.co.id/datablog/2017/01/24/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia> (Diakses pada tanggal 24 Maret 2018)
- Dharmmesta dan Irawan. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua,. Yogyakarta.
- Foster. Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Herawati, Pradhanawati, Dewi. 2013. “Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Alfamart di Kecamatan Tembalang Semarang”. *Diponegoro Journal Of Social and Politic* Tahun 2013.
- Ghozali. Imam 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- _____, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. J. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elek Media Komputindo
- Ksc.cellular2. <https://www.facebook.com/pg/ksc.cellular2/reviews/> (Diakses pada tanggal 12 Februari 2018)
- Kotler. Philip dan Keller. Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- _____, 2012. *Marketing Management* (13th ed.) New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler. Philip dan Armstrong. Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- _____, 2011. 10th Edition. *Marketing an Introduction*. Indonesia: Perason.
- Lamb. C.W, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran. Edisi Pertama*, Salemba Empat: Jakarta.

- Levy. Michael dan Weitz. Barton A. 2009. *Retailing Management 7th Ed.* New York: McGraw-Hill Companies Inc.
- Lupiyoadi. Rambat dan Hamdani. A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi. R. dan Ikhsan. B. R. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- _____, 2006. *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Malhotra, Naresh K. 2004. *Marketing research*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall. Intl.
- Pasaribu, Sembiring. 2013. "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Minimarket MES Mart Syariah". Jurnal USU Vol. 1 No. 2
- Sopiah, Syihabudhin , 2008, *Manajemen Bisnis Ritel*, Andi, Yogyakarta
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy. 2001, *Riset Pemasaran Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sujana, Asep ST. 2005. *Paradigma baru dalam manajemen ritel modern, ed.1* Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Tribunnews.com. <http://www.tribunnews.com/nasional/2018/02/23/wiranto-indonesia-dianggap-termasuk-negara-berkembang-yang-sangat-maju> (Diakses pada tanggal 29 Maret 2018)
- Triyono, Sigit. 2006. *Sukses Terpadu Bisnis Ritel Merchandising Sampai Shrinkage*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Utami. Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat, Jakarta.
- _____, 2010. *Manajemen Ritel*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Wahono, Subagio. 2013. "Analisa Pengaruh Ritel Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan di Calais Grad City Surabaya: Jurnal. Universitas Kristen Petra"

- Widodo. R. Agung. 2013. “Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan Pelanggan Minimarket Indomaret Perumahan Sawojajar 1 Malang”. Jurnal. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran Aplikasi Software SPSS*. Penerbit UMM Press. Malang.
- Wiyono. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*. Penerbit STIM YKPN. Yogyakarta



PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN KRANGGAN SERVICE CENTER
(KSC CELLULAR) DI MOJOKERTO

ORIGINALITY REPORT

0%	2%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS
		STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 2%
Exclude bibliography	On		